



Bazinga! Uma Análise Neotribal Da *Sitcom* The Big Bang Theory¹

Arthur Carlos FRANCO OLIVEIRA²

Mirna TONUS³

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a *sitcom* The Big Bang Theory sob a ótica da teoria neotribalista proposta por Michel Maffesoli. A partir do método observacional, assistiu-se a todos os episódios das quatro temporadas da *sitcom*, procurando identificar em seus personagens elementos que os relacionassem a uma neotribo. Assim, foi possível concluir que os sujeitos analisados não atendem a todas as características de uma neotribo.

PALAVRAS-CHAVE: *sitcom*, neotribalismo, televisão, humor.

“Bazinga!” – Sheldon Cooper

Desde o surgimento da televisão, suas funções têm sido as mais diversas. Informar, emocionar e fazer rir são alguns dos papéis que ela exerce no contexto atual. Suas atrações sempre buscam aumentar a audiência e cativar o público, sendo que, nos últimos anos, a televisão tem mais do que nunca se utilizado do público para fazer sucesso. Séries humorísticas, programas de auditório recheados de casos engraçados e comentários ácidos e inteligentes são alguns artifícios veiculados para divertir o público. E, entre os programas de humor, estão as chamadas *sitcoms*.

O termo, segundo o Dicionário da Língua Portuguesa⁴, é uma série televisiva que aborda situações do dia-a-dia em tom de comédia. A palavra vem do termo inglês “*situation comedy*”, que, literalmente, significa situação de comédia. Desde o seu

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisua do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

² Estudante de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo na Universidade Federal de Uberlândia. E-mail: arthur.klaus.f@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da UFU. E-mail: mirna@faced.ufu.br

⁴ Disponível em <http://www.priberam.pt/DLPO/default.aspx?pal=sitcom>.



surgimento, muitas *sitcoms* foram criadas e as formas de abordagem do cotidiano sofreram alterações, mas o objetivo foi sempre o mesmo: fazer o público rir.

Sitcom: ontem e hoje

As primeiras *sitcoms* se originaram de programas de rádio, que foram transformados em seriados televisivos na década de 1940. Furquim (1999) ressalta que, com o advento da televisão, os chamados *comedy-variety*, veiculados no rádio, passaram então a ser produzidos pelas companhias de televisão. O primeiro programa desse gênero foi "The Goldbergs", que estreou em 1925, e mostrava a vida dos imigrantes judeus Molly e Jake Goldberg, e seus dois filhos em situações do dia-a-dia. Com enorme sucesso, logo surgiram outros programas do gênero, como "The Aldrich Family" e "Lum and Abner", que estrearam em 1949. Para Casey et al. (2002), as *sitcoms* são

um gênero televisivo dentro da categoria Entretenimento. São histórias curtas centradas na vida e nas atividades de uma determinada família ou grupo, em locações pré-estabelecidas: a casa, o trabalho ou aquelas que gerem as tensões e relações que servem de base para o programa (s.p.).

Esse gênero tem como uma de suas principais características a exibição de situações do cotidiano apresentadas sob uma forma cômica. Entretanto, como outros seriados, esse gênero televisivo passa a opinião do autor e, muitas vezes, faz uma crítica a vários setores da sociedade. Quanto a isso,

as *sitcoms* não visam, basicamente, [a] fazer o público rir. É uma forma de o escritor passar a um grande público suas idéias e opiniões sobre a sociedade em que está inserido. A graça, o riso fácil, é consequência de um texto bem escrito e personagens bem elaborados dentro de um contexto bem apresentado. As *sitcoms*, retratando o cotidiano de uma família típica de uma sociedade, trazem drama, humor, aventura, ficção e todas as demais abordagens imagináveis, mas acabam, também, assumindo a obrigação de fazer rir. De forma satírica, ele diz a verdade sobre questões sociais, políticas e familiares de uma determinada cultura (FURQUIM, 1999, p. 8).

Uma característica de programas desse tipo é a presença de um jargão ou uma piada interna. O jargão é uma frase ou fala engraçada que se repete em muitos episódios e que acaba se tornando uma frase de efeito. Alguns exemplos são a frase "How You Doing?" do personagem Joey Tribbiani, do seriado "Friends", e a expressão "Bazinga" do personagem Sheldon Cooper, da *sitcom* The Big Bang Theory.



Como um episódio geralmente não tem ligações com outro, a *sitcom* pode trabalhar diversas situações não conexas e que permitem mostrar diversos aspectos dos personagens e das situações vividas por eles. Assim, os espectadores podem assistir a um episódio isolado e entendê-lo, sem precisar acompanhar toda a série, ou seja,

a cada emissão é uma história completa e autônoma, com começo, meio e fim, e o que se repete no episódio seguinte são apenas os mesmos personagens principais e uma mesma situação narrativa. Nesse caso, temos um protótipo básico que se multiplica em variantes diversas ao longo da existência do programa (MACHADO, 2005, p. 84).

Apesar disso, cada episódio se encaixa na história geral e, em grande parte das vezes, o ambiente em que a história se passa é o mesmo. Os personagens dificilmente mudam, podendo, ocasionalmente, aparecer algum novo ou, se o programa se prolongar por muitas temporadas, acontecer de algum ator sair do show.

Por sua estrutura independente, o formato pode ter a liberdade de trabalhar com uma temática diferente em cada episódio. Mesmo que não apresente muita profundidade, possui um grande “leque” de opções de temas e sub-temas” (GALVÃO, 2009, p. 37).

Desse modo, o show não fica centrado em apenas um tema e pode explorar outras possibilidades, problematizando temas muitas vezes estereotipados pela sociedade ou que causam polêmicas.

A *sitcom* pode, então, ser vista não só como um programa de entretenimento e humor, uma vez que, muitas vezes, esse tipo de produção televisiva faz com que “determinada sociedade ria dela mesma devido aos exageros das situações, fazendo com que, através do riso, reflita sobre seus anseios, modos de vida, preconceitos” (GALVÃO, 2009, p. 37), buscando, assim, não só o riso dos espectadores, mas podendo fazer uma crítica, uma ressalva, tanto à “sociedade” em que se passa o show, quanto à sociedade real, fora da *sitcom*.

A Teoria do Big Bang

Uma *sitcom* que se destacou desde sua criação em 2007 é *The Big Bang Theory*⁵. Tendo como temática o universo *nerd*⁶, a série aborda temas controvertidos como religião,

⁵No Brasil, a série é conhecida como *A Teoria do Big Bang*.

⁶A definição atual de *nerd* o caracteriza como uma pessoa que nutre alguma obsessão por determinado assunto a ponto de pesquisar, colecionar coisas, escrever sobre e não sossegar enquanto não descobrir como funciona. Geralmente, interessa-se por computadores e tecnologia (neste caso, é chamado de *geek*), HQ, ficção científica e games. Segundo esta nova definição, o *nerd* não necessariamente é anti-social e não possui a chamada aparência



outras culturas e teorias científicas, além de fazer piada com situações do dia-a-dia. Com personagens que se pretendem engraçados e que cativaram o público que se identifica com esse universo, é uma das séries de humor mais bem-sucedidas da atualidade⁷.

Sua primeira exibição foi em setembro de 2007 e, na mesma época do ano seguinte, já estava em sua segunda temporada devido ao grande sucesso obtido⁸. Nos Estados Unidos, é exibida pelo canal CBS, enquanto, no Brasil, o canal Warner Channel detém os direitos de sua transmissão.

The Big Bang Theory tem a maioria das características de uma *sitcom*, como tempo de duração entre 20 e 30 minutos, e tem como tema central um grupo de amigos e suas situações cotidianas, além de apresentar piadas e jargões.

O programa mostra a vida de dois físicos, Sheldon Cooper e Leonard Hofstadter, amigos que dividem um apartamento na cidade de Pasadena, Califórnia, e de Penny, sua vizinha “gostosa”. Sheldon (Figura 1) é um físico teórico com doutorado em Teoria das Cordas com um QI de 187 e um dos principais personagens da série. O personagem raramente liga para as convenções sociais e na maioria das vezes não consegue distinguir sarcasmo de ironia. Cheio de manias, Sheldon tem um assento demarcado no sofá e não deixa ninguém sentar-se em seu lugar. Além disso, ele é famoso pela sua frase de efeito, “Bazinga”, que é sempre dita ao final das suas piadas, além de ter uma regra de convivência chamada *strike*: sempre que algum amigo não segue uma das suas regras, ou é banido do grupo ou é obrigado a ter regras de como conviver com Sheldon.

clássica; alguns podem ter um visual mais moderno, retrô ou até mesmo uma aparência desleixada. (GALVÃO, 2009, p. 35)

⁷ Chuck Lorre e Bill Prady são os produtores executivos do programa.

⁸ A série ganhou duas vezes na categoria Melhor Série de Comédia do People's Choice Awards, que premia as pessoas, músicas e séries da cultura popular e foi indicada duas vezes ao Emmy Awards.



Figura 1 – O personagem Leonard Hofstadter, interpretado por Jim Parsons.⁹

Seu melhor amigo é Leonard (Figura 2), seu colega de apartamento, um físico experimental. Ele sofre de miopia e intolerância à lactose e não possui muitos trabalhos acadêmicos, o que faz com que seja alvo de muitas piadas de Sheldon. Como os outros personagens masculinos, tem dificuldade de se relacionar com mulheres e é apaixonado por sua vizinha Penny.

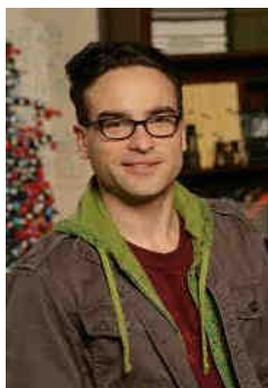


Figura 2 – O personagem Leonard Hofstadter, interpretado por Johnny Galecki.¹⁰

Penny (Figura 3) é a nova moradora do apartamento da frente. Nascida e criada em Nebraska, tem como sonho ser atriz e por isso se mudou para Pasadena. Entretanto, sua carreira nunca deslanchou e ela optou por trabalhar em um restaurante chamado Cheesecake Factory. Na primeira e na segunda temporada, ela e Leonard saíram

⁹ Fonte: Divulgação (<http://migre.me/4abiK>)

¹⁰ Fonte: Divulgação (<http://migre.me/4abmR>)

algumas vezes, mas o relacionamento dos dois nunca avançou. Somente na terceira temporada é que seu namoro finalmente é bem-sucedido. Ela é a personagem da série que contrasta com os demais, tanto por ser mulher, quanto por ter feito apenas faculdade comunitária.



Figura 3 – A personagem Penny, interpretado por Kaley Cuoco.¹¹

A série também tem como personagens coadjuvantes dois amigos de Sheldon e Leonard: Howard Wolowitz (Figura 4) e Rajesh Koothrappali (Figura 5). Howard é um judeu que ainda mora com a sua mãe e não possui doutorado, sendo também alvo constante das piadas dos amigos. Apesar da sua estatura, Howard se vê como um conquistador e passa cantadas ridículas sempre que vê uma mulher. Penny é constantemente cantada por ele, mas o despreza sexualmente. Já Rajesh, mais conhecido como Raj, é um astrofísico indiano que não consegue falar com mulheres a não ser quando está sob efeito de álcool.



Figura 4 – O personagem Howard Wolowitz, interpretado por Simon Helberg.¹²

¹¹ Fonte: Divulgação (<http://migre.me/4abqI>)



Figura 5– O personagem Rajesh Koothrappali, interpretado por Kunal Nayyar.¹³

Além desses personagens, existem outros como Leslie Winkle, cientista e ex-namorada de Leonard; Bernadette Rostenkowski, namorada de Howard na terceira temporada; Amy Farrah Fowler, personagem considerada como a versão feminina do Sheldon; e Barry Kripke, um físico arrogante e competitivo que também trabalha no California Institute of Technology.

Os temas tratados na *sitcom* são os mais variados, como amor e sexo, efeito do álcool, experimentos científicos, manias, eventos sociais e religião. Desse modo, o seriado não é voltado apenas para o público *nerd* ou *geek*, mas para toda a população. Quem assiste à *sitcom* pode se identificar com a timidez de Raj, o amor platônico de Leonard, a arrogância ou as manias de Sheldon, os insucessos amorosos de Howard ou até mesmo com Penny, que não faz parte da turma mas, mesmo assim, aprende muito com os amigos. Por isso, a *sitcom* permite que o espectador se identifique no personagem, já que “ao possibilitar um sistema mais amplo de trocas e contatos entre estranhos, amplia os horizontes dos grupos familiares, domésticos, de vizinhança ou quaisquer outros fundados em laços de confiança pessoal e conhecimento direto” (MAGNANI, 1996, p. 48).

Além disso, muitos indivíduos apropriam-se de termos utilizados na *sitcom*, como “Bazinga”, a expressão de Sheldon. Isso mostra uma expansão de The Big Bang Theory para a sociedade extratelevisiva, uma vez que sujeitos incorporam modos e falas de personagens.

Por outro lado, apesar de sua ampla abordagem de diversos temas, sua maior influência e foco são a cultura *nerd*. A origem do termo *nerd* é controversa, assim como sua definição. Alguns defendem que é derivada de Northern Electric Research and

¹² Fonte: Divulgação (<http://migre.me/4abBK>)

¹³ Fonte: Divulgação (<http://migre.me/4abDn>)



Development¹⁴, em que os cientistas ficavam noites trabalhando em suas pesquisas. Outra corrente diz que a autoria do termo é de Theodore Seuss Geisel, que, em seu livro “If I Ran to the Zoo”¹⁵, de 1950, utilizou-o pela primeira vez. Com a chegada dos anos 1960, o termo ganhou notabilidade e passou a ser utilizado de forma pejorativa para descrever indivíduos que não saem de casa, gostam de estudar, usam roupas não convencionais e têm dificuldade de se relacionar com outras pessoas.

Os personagens masculinos da *sitcom* analisada se enquadram no conceito de *nerds*, especificamente, *geeks*. Esse termo engloba pessoas que são viciadas em tecnologia, jogos de videogame, jogos de tabuleiro, revistas em quadrinhos e geralmente não se adaptam aos padrões sociais convencionais. Sheldon, Leonard, Howard e Raj são aficionados por tecnologia, adoram revistas em quadrinhos e passam horas jogando videogame. Além disso, todos têm dificuldade de interagir socialmente. Assim, poderíamos considerar o nosso objeto de estudo uma tribo de *nerds*.

Entretanto, se um dia os termos *nerd* e *geek* foram considerados preconceituosos, atualmente, vivemos em uma aldeia global em que esses indivíduos são incluídos na sociedade e, muitas vezes, exaltados por meio de filmes e programas de televisão. Um exemplo é a fama de Bill Gates, que, mesmo como o estereótipo de *nerd*, ganhou fama e é um dos homens mais ricos do mundo. *The Big Bang Theory* é um bom exemplo dessa normalidade com que os *nerds* são encarados hoje, levando situações do seu grupo social para o resto da sociedade.

Neotribalismo

“A cidade, ao contrário, não só admite e abriga grupos heterogêneos (seja do ponto de vista de origem étnica, procedência, linhagens, crenças, ofícios etc.) como está fundada nessa heterogeneidade” (MAGNANI, 1996, p. 48). Esse autor define como a cidade se apresenta na pluralidade da sociedade moderna. E é nesse âmbito urbano de diferenças que estão presentes diversos grupos. Os *nerds* são um desses agrupamentos que constituem a identidade urbana e que dividem interesses em comum, partilhando a mesma vivência e forma de vida. Assim,

¹⁴ (Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento da companhia Northern Electric do Canadá) Informações retiradas do site (Nerds, 2009).

¹⁵ Se Eu Corresse ao Zoológico, em tradução livre. Informações retiradas do site (De onde vem a palavra nerd?, 2010).



percebe-se atualmente a formação de “aldeias”, principalmente nas metrópoles ocidentais, cujos grupos integrantes reúnem-se por afinidades, por sentimentos comuns ou por experiências vividas coletivamente, os quais podem ser motivados por um determinado momento histórico e/ou pela proximidade (VITECK, 2007, p. 54).

Com o advento da sociedade pós-moderna, Michel Maffesoli, sociólogo francês, cunhou um termo para designar o advento de novas tribos: o movimento do neotribalismo. Para ele, essa nomenclatura designa os agrupamentos da sociedade, as tribos. Esses conceitos surgem da diferença, estabelecida por ele, entre “sociabilidade” e “socialidade”. O primeiro está ligado às relações características da sociedade moderna, enquanto a “socialidade” se relaciona à “multiplicidade de situações, de experiências, de ações lógicas e não-lógicas” (MAFFESOLI, 2006, p. 32), as quais seriam marcadas pela informalidade, relações sociais não-convencionais. Dessa forma, “a nova sociabilidade tribal apontada por Maffesoli, como se pode perceber, está carregada de um forte elemento estetizante que guia as atrações e repulsões entre pessoas e grupos” (FONTANELLA; PRYSTHON, 2004, p. 7).

Para o sociólogo francês, o conceito tribalismo está intimamente ligado ao “estar junto”, dividir tempo, experiências. Essa socialidade é a troca de informações propiciada por ela e, assim, ao partilhar o tempo e “estar junto”,

essas coletividades afetivas transitórias, que Maffesoli denomina “neotribalismo”, surgem em sociedades complexas que deram lugar a uma “multiplicidade pululante de valores heterogêneos” e politeístas. Isso chama a atenção para certos traços do mundo contemporâneo que os sociólogos de orientação mais racionalista tendem a negligenciar: trata-se da persistência de laços afetivos fortes, através das quais as pessoas se unem em constelações de limites fluídos, a fim de vivenciar as múltiplas atrações, sensações, sensibilidades e vitalidade de uma comunidade extralógica, a sensação de estarem juntos, o sentimento comum gerado por uma adesão emocional comum a um signo reconhecível por outros (FEATHERSTONE, 1997, p. 72).

Para Maffesoli, algumas características são essenciais para determinar a existência de uma neotribo, como narcisismo, hedonismo e ajuntamento, além da efemeridade com que os indivíduos se incluem na tribo.

Big Bang Theory: uma nova tribo?

Para o estudo da série, foram assistidas todas as quatro temporadas, totalizando 87 episódios. O método utilizado foi o observacional, no qual os fatos “são percebidos diretamente, sem intermediação. Observação é uma atividade deliberada e controlada de



coleta de dados. Envolve o critério da intersubjetividade: outro observador, na mesma situação, obtém a mesma conclusão” (RUA, s.d., s.p).

Após um estudo sobre as teorias aplicadas e estabelecidas as características do neotribalismo, partimos para a análise do objeto sob a perspectiva dos conceitos.

As primeiras características, narcisismo e hedonismo, são formas de o indivíduo autoafirmar-se e buscar prazer e satisfação. Na série, os personagens buscam fazer atividades prazerosas, na maioria das vezes, em grupo. As atividades geralmente são características do grupo *nerd*, como jogar videogame, fantasiar-se de personagens de filmes com referências *geek* ou de personagens de revistas em quadrinho, entre outras. Podemos ver que o grupo coloca suas vontades e sua necessidade de prazer acima do que os outros pensam, uma vez que desenvolvem essas atividades apesar de serem ridicularizados por outros grupos que não estão de acordo com as suas práticas. Além disso, não se importam com seus trajes, vestindo-se muitas vezes de forma estranha para o resto da sociedade. Um exemplo ideal de narcisismo é o personagem Sheldon. A convivência com ele é difícil, uma vez que possui muitas regras e manias. Ele segue todas elas e espera que os colegas façam o mesmo e não o desagradem. Assim, quando um dos colegas desrespeita alguma das suas convenções, ele prefere perder o amigo a ver sua regra infringida uma próxima vez. Além disso, todos estão sempre procurando aproveitar o presente, outra característica do hedonista, sem se preocupar muito com o futuro ou as convenções sociais.

Outra característica é o ajuntamento, ou seja, agrupamento de indivíduos. Essa é uma característica fundamental para o neotribalismo de Maffesoli, uma vez que, ao se juntarem, os indivíduos estariam escapando da solidão e do distanciamento causado pela sociedade pós-moderna. Para o filósofo,

agora, cada vez mais, nos damos conta de que mais vale considerar a sincronia ou a sinergia das forças que agem na vida social. Isso posto, redescobrimos que o indivíduo não pode existir isolado, mas que ele está ligado, pela cultura, pela comunicação, pelo lazer e pela moda, a uma comunidade, que pode não ter as mesmas qualidades daquelas da Idade Média, mas que nem por isso deixa de ser uma comunidade (MAFFESOLI, 2006, p. 140).

Desse modo, os personagens da *sitcom* se encontram sempre no apartamento de Sheldon e Leonard ou no restaurante Cheesecake Factory para conversar, alimentar-se, jogar videogame ou fazer qualquer outra atividade. Raramente estão sozinhos e buscam sempre a companhia dos amigos.



A efemeridade e a fluidez intrínseca dos indivíduos dentro do grupo é uma marca das neotribos. Desse modo, Maffesoli nos mostra que

qualquer que seja a coloração política, esse nomadismo dos jovens exprime uma revolta contra o instituído, uma reação contra o tédio de uma cidade tornada uniforme. [...] O certo é que esses “pássaros migrantes” se opõem ao conformismo e às convenções sob suas diversas formas (MAFFESOLI, 2001, p. 136).

Nesse quesito, os personagens de *The Big Bang Theory* não se encaixam. Mesmo em sua quarta temporada, os personagens continuam os mesmos e nenhum mudou de tribo durante a exibição do programa. Todos, com exceção de Penny, que nunca fez parte do grupo de *nerds*, continuaram com os mesmos hábitos e o mesmo círculo social.

Considerações finais

Desde 2007, a *sitcom* *The Big Bang Theory* tem feito sucesso entre os espectadores ao mostrar a vida de Sheldon, Leonard, Penny, Howard e Raj e as situações cômicas que os amigos vivem. Utilizando-se de humor, ironia e sarcasmo, a série aborda temas do cotidiano e, muitas vezes, apresenta assuntos polêmicos. Além disso, podemos incluir quatro dos cinco personagens no perfil de *nerds* e *geeks*, uma vez que se fantasiam de personagens de revistas em quadrinhos e filmes e são aficionados por tecnologia, podendo esse grupo constituir uma neotribo.

Entretanto, após estudo das teorias sobre tribos e neotribos do sociólogo francês Michel Maffesoli, podemos chegar à conclusão de que o grupo de personagens presentes em *The Big Bang Theory* não constitui uma neotribo. Apesar de serem hedonistas, narcisistas e estarem sempre juntos, os protagonistas não mudam de tribo, não são nômades, uma das principais características do neotribalismo.

Referências

CASEY, B. et al. **Television Studies: The Key Concepts**. London/New York. 2002.

DE onde vem a palavra nerd?. Disponível em <http://mundoestranho.abril.com.br/cultura/pergunta_287400.shtml> . Acesso em 1 de abril de 2011.

FEATHERSTONE, Mike. **O desmanche da cultura: globalização, pósmodernismo e identidade**. Trad. Carlos Eugênio Marcondes Moura. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 1997.

FONTANELLA, Fernando Israel; PRYTHON, Angela. **Trocando figurinhas: sobre Orkut, frivolidades, neotribalismo e flânerie**. In: Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (CD-Rom), 2004.



- FURQUIM, Fernanda. **Sitcom – Definição e história**. 1ª ed. Porto Alegre: FCF, 1999.
- GALVÃO, Danielle Pini. **Os nerds ganham poder e invadem a TV**. In: *Intr@ciência. Revista Científica*, pág. .34-48. 2009.
- MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 4ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.
- MAGNANI, José Guilherme C. **Quando o Campo é a Cidade: Fazendo Antropologia na metrópole**. in "Na Metrópole: Textos de Antropologia Urbana", José G. Magnani e Lilian de L. Torres, orgs., São Paulo, Edusp, 1996.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades pós-modernas**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- _____. **Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas**. 1ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2001
- NERDS. Disponível em <http://www.infoescola.com/sociologia/nerds>. Acesso em 1 de abril de 2011.
- RUA, Maria das Graças. **Princípios metodológicos para elaboração do trabalho científico**. Disponível em <www.enap.gov.br/downloads/ec43ea4fslide4.ppt>. Acesso em 26 de março de 2011.
- VITECK, Cristiano Marlon. **Punk: anarquia, neotribalismo e consumismo no rock'n'roll**. Disponível em <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/espacoplural/article/view/1455/1185>> Acesso em 15 de março de 2011.